

《文化竞争战略》

图书基本信息

书名：《文化竞争战略》

13位ISBN编号：9787300075570

10位ISBN编号：7300075576

出版时间：2006-8

出版社：人民大学

作者：曹世潮

页数：211

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《文化竞争战略》

内容概要

人类每一次成功的革命性变革背后，文化都是最重要的推动力量。只有文化变革的成功，才能推动和维持思想变革、政治变革、法制变革、经济变革和技术变革！人类历史的演进如此，民族的兴旺、国家的富强和公司的发展也莫不如此。

本书以“文化是终极竞争力”为主旨，从全球洞察力的高度，对文化的作用、文化与竞争的关系、全球竞争的文化态势等问题，进行了全面、深刻和独到的阐述，作者凭借20多年来对世界文化研究的深厚功底，以及10多年来担任许多大公司和政府机构首席文化顾问和策划师所积累的丰富实战经验，结合大量极具说服力的实例，对文化竞争战略的建立步骤、实施方案和维护要点进行了全方位的阐述和指导，授予读者一套全新、高效的文化竞争战略设计理念和方法。

从业人员、非营利组织和团体的策划人与管理者，以及从事文化产业和战略咨询的专业人士和文化研究学者；也可作为大专院校经济管理类专业的教师、学生和社会各阶层对文化交流、文化竞争感兴趣的广大读者之必读参考书。

《文化竞争战略》

作者简介

曹世潮，世界文化战略专家，上海德村文化研究所所长，兼任十余家地方政府、大学、集团的顾问和教授、研究员。研究成果：曹世潮先生研究文化战略近三十年。定义了文化及发现文化的诸多规律，深刻、系统、全面著述并制定了文化竞争战略、文化产业发展战略、文化营销战略、跨文化发展战略、国家和世界文化发展战略，并在战略顾问和实践中被证明卓绝有效。曹世潮先生把21世纪定义为心时代、心经济、心生活。提出了文化产业发展和文化营销思想。相关著作有《心时代——一个情感化的世界及其经济图景》、《心经济33条铁律》，《物质之外价值如何最大化——文化营销战略》即将出版。曹世潮先生对世界、民族、国家文化形势、位置及其发展方向和前途相当通透，对于人类的文化命运有深刻阐释。相关著作有《中国人——性情中人的精神与气象》，《国家、文明及人类的命运——已往6000年及未来120年的世界文化形势》即将出版。曹世潮先生十余年来主持了包括上海浦东新区、南京、豫园、上海大众等上百项政府、集团、公司的核心竞争力战略、文化产业发展战略、营销战略及跨文化发展战略，绩效卓著。对城市个性和精神的提炼和设计精准、深刻。

《文化竞争战略》

书籍目录

第1章 全球竞争的文化形势谁是世界一流谁是二流、三流是什么力量决定了全球竞争的位势第2章 我们正在干什么？行业是有个性的从对立到细微的个性差异竞争使得行业的个性极端化变化着的行业个性第3章 文化是第一竞争力文化的意愿是发展的动力文化又是一种能力文化个性对行业个性的支持使发展成为必然第一竞争亢源于对行业个性的普遍自觉文化的其他作用第4章 文化战略的五步计划文化调查：我们是谁文化分析：我们的全球位势文化定位：我们现在何处文化战略：我们在这个世界上的位置文化变革的可能性文化设计：把握命运的战略蓝图第5章 文化战略的体系使命理念管理风格传播网络行为特质第6章 文化战略实施观念的准备领袖人物文化变革的动力……

《文化竞争战略》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com